

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG
VISUAL CORPORATE IDENTITY
KAMAJAYA KREASINDO



PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN ULANG
VISUAL CORPORATE IDENTITY
KAMAJAYA KREASINDO



PERANCANGAN

Dony Finaldi

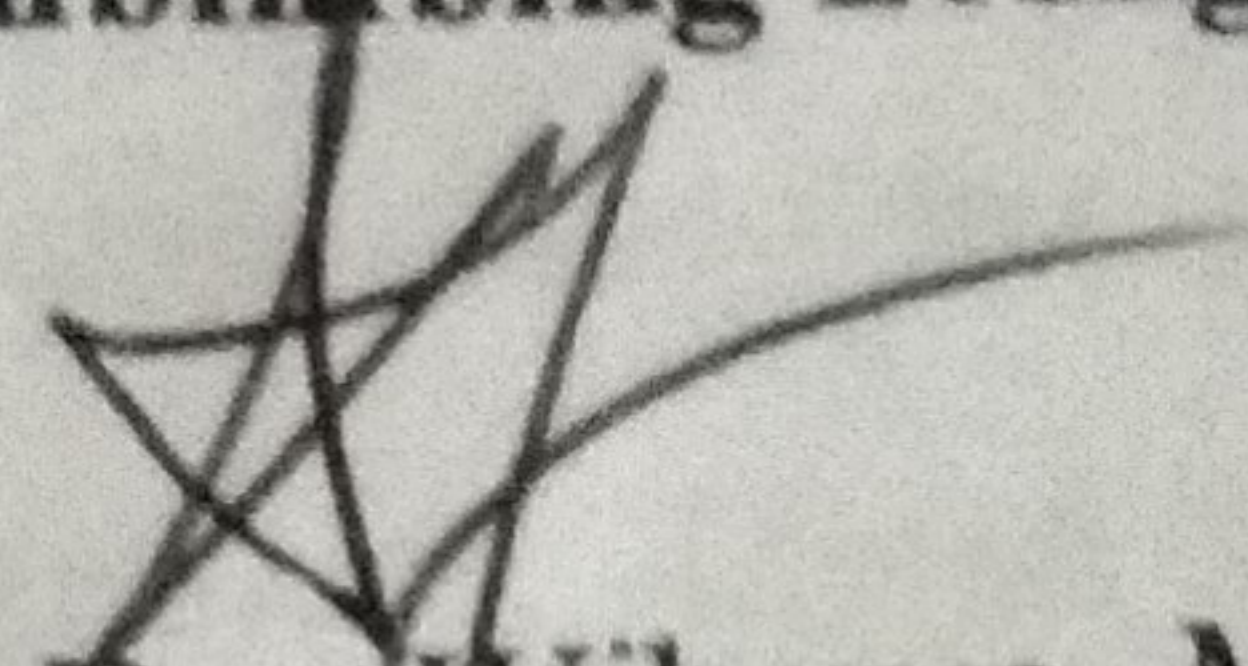
NIM 1210030124

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2018

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

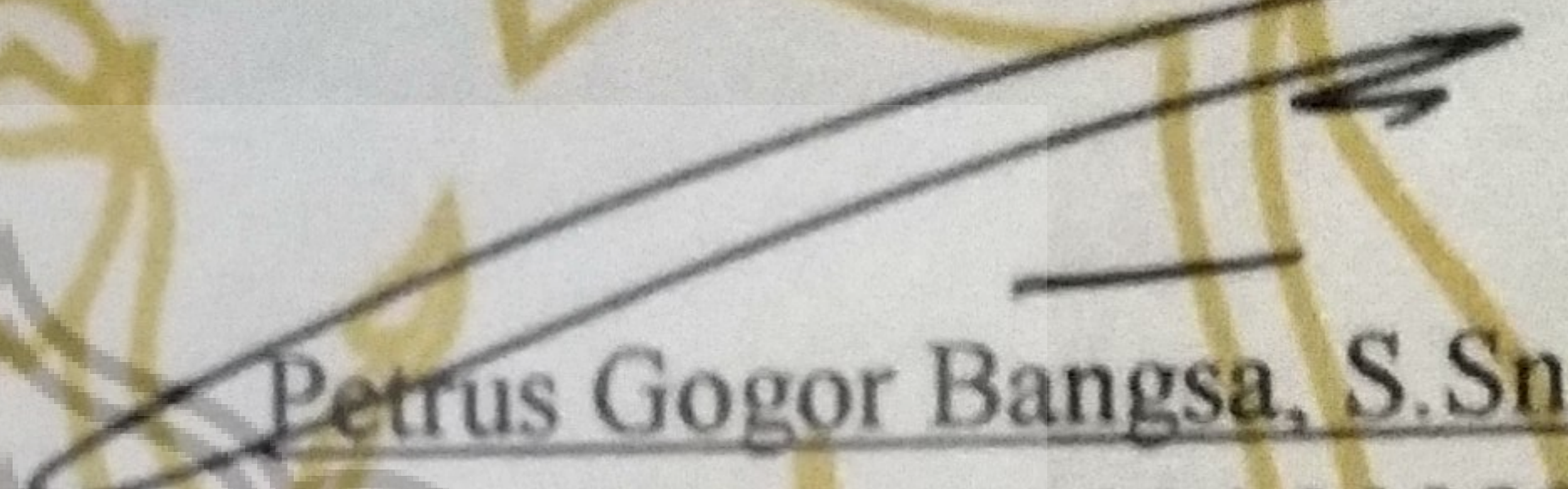
PERANCANGAN ULANG VISUAL CORPORATE IDENTITY KAMAJAYA KREASINDO diajukan oleh Dony Finaldi, NIM. 1210030124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 12 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota


Drs. Wibowo, M.Sn.

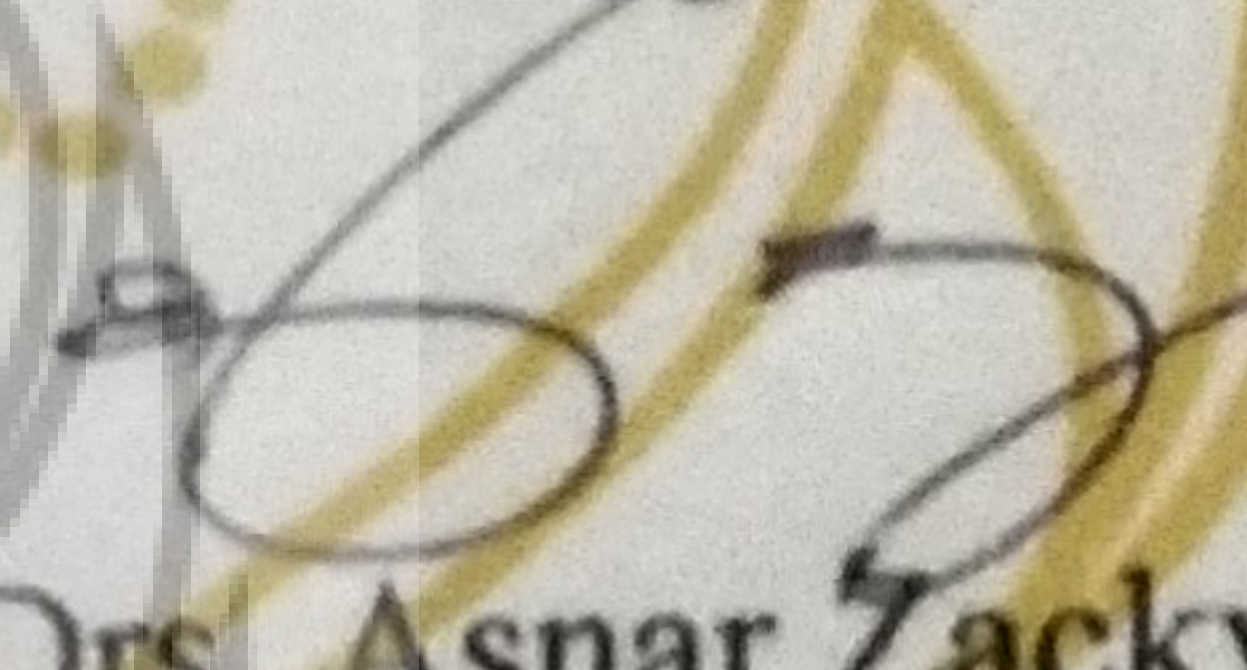
NIP. 19570318 198703 1 002

Pembimbing II/Anggota


Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

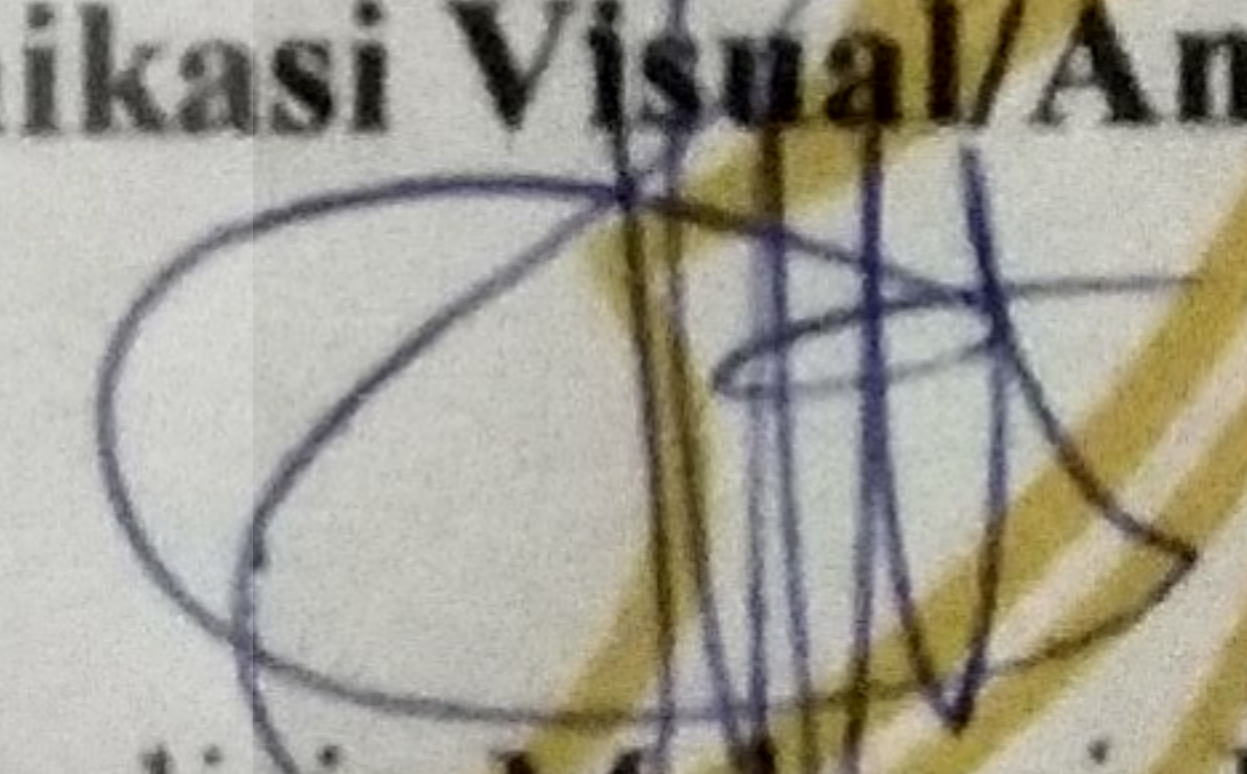
NIP. 19700106 200801 1 017

Cognate/Anggota


Drs. Asnar Zacky, M.Sn.

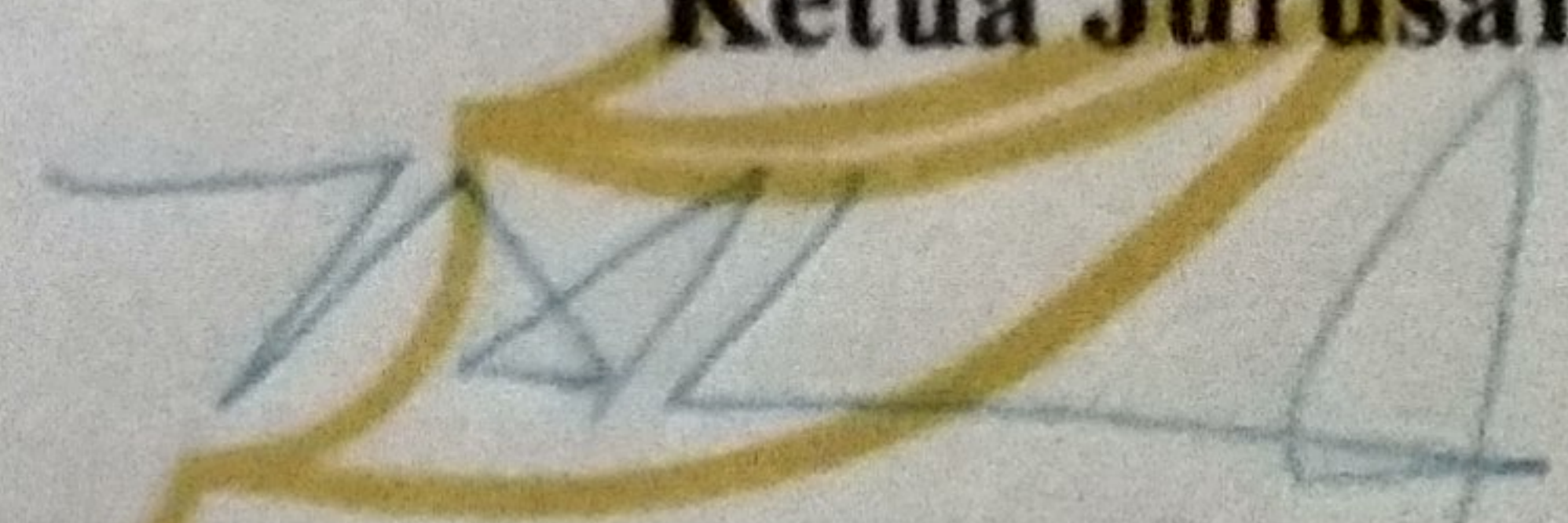
19570807 198503 1003

**Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual/Anggota**


Indiria Maharsi, M. Sn.

NIP. 19720909 200812 1 001

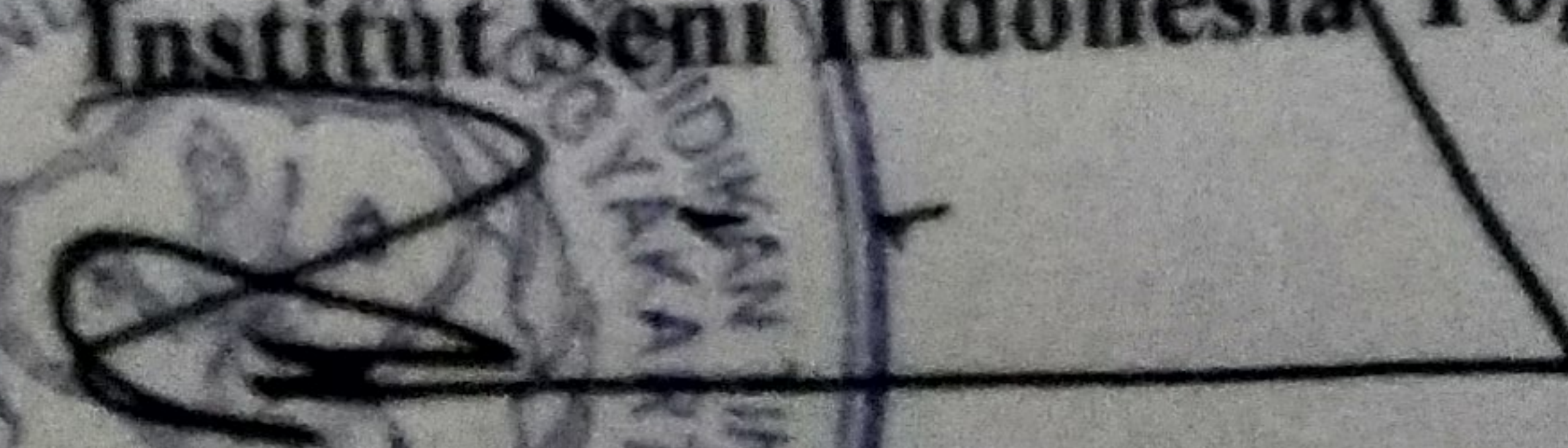
Ketua Jurusan Desain


Martino Dwi Nugroho, S. Sn., MA.

NIP. 19770315 200212 1 005

Mengetahui :

**Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**


Dr. Suastika, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002

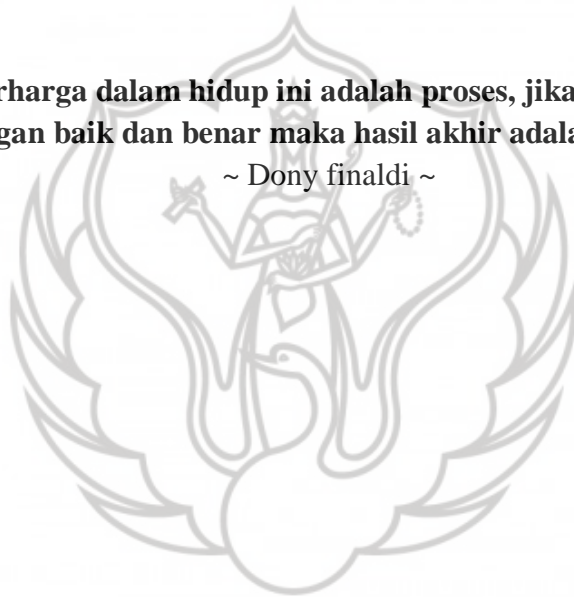
HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan sebagai rasa syukur dan terimakasih saya kepada Allah S.W.T yang selalu memberikan kemudahan kepada saya dan telah mengijinkan saya menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk orang-orang tersayang yang selalu memberikan inspirasi dan support dalam hidup saya. Untuk kedua orang tua saya (Bpk. Syamsul Huda dan almh Ibu Firdausyah). Paman saya (Tofan Mansyur) dan untuk kaka-kaka saya (Andy, Meikha, Thya, Yanuar).



**“Yang berharga dalam hidup ini adalah proses, jika telah berproses
dengan baik dan benar maka hasil akhir adalah bonus”**

~ Dony finaldi ~



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dony Finaldi

NIM : 1210030124

TTL : Palu, 06 Juni 1994

Alamat: Kos Pak Bambang Gang Parangkusumo, Jogokaryan, Mantrijeron Jogja

Menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul PERANCANGAN ULANG VISUAL *CORPORATE IDENTITY* KAMAJAYA KREASINDO ini asli karya saya sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Yogyakarta, 25 Juli 2018

Dony Finaldi

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan berkah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perancangan *corporate identity* yang berjudul “PERANCANGAN ULANG VISUAL *CORPORATE IDENTITY* KAMAJAYA KREASINDO” sebagai syarat memenuhi derajat strata satu pada program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Pada perancangan *corporate identity* ini mengambil objek perusahaan yang bergerak dibidang undangan pernikahan dengan mengusung tema dengan nuansa modern dan islami sehingga terkesan simpel namun tetap terlihat karakter muslim pada desain tersebut, sehingga diharapkan mampu menjaring konsumen yang menjaga akidahnya dan ingin mengupayakan acara pernikahannya dengan mematuhi aturan-aturan Islam.

Terdapat banyak sekali kesalahan dalam proses penulisan dan interpretasi pada karya tugas akhir ini. Maka dari itu berbagai saran dan kritik yang membangun sangatlah diperlukan. Akhir kata terima kasih yang sebesar-besarnya perhatian yang diberikan.

Yogyakarta, 25 Juli 2018

Dony Finaldi

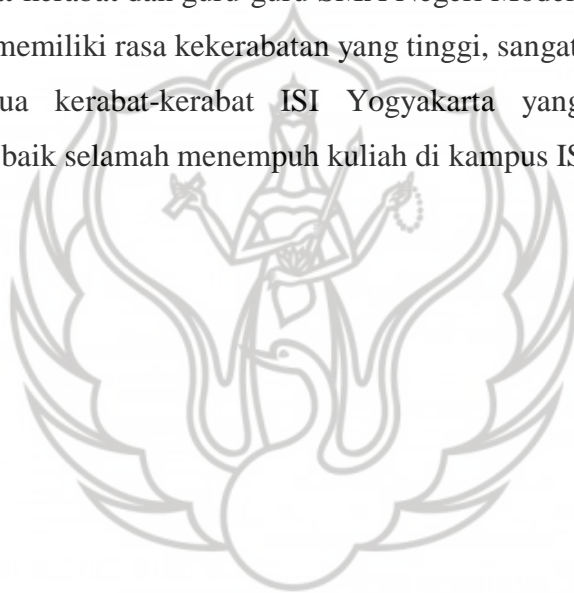
UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada ALLAH ‘Azza Wa Jalla, serta syukur Alhamdulillah atas nikmat-nikmat yang diberikan-Nya, serta kemudahan-kemudahan yang diberikan, serta sholawat serta salam yang terus terucap kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa dan menyampaikan firman-firman Tuhan sehingga penulis dapat mengimani agama ini. terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Suastiwi T., M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA, selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Indiria, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan saran serta masukan dalam pengerjaan Tugas Akhir.
6. Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn., selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan inspirasi dalam proses pengerjaan Tugas Akhir.
7. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn, MA., selaku Dosen Wali.
8. Segenap keluarga besar tenaga pengajar Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta serta staff atas ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan.
9. Keluarga tercinta, Sang Ayah yang selalu mendukung dengan tenaga dan pikirannya, Alm. Ibu yang semasa hidupnya selalu mendoakan dan

menyayangi semoga saat ini Allah ganti dengan kebaikan dan memberikan ketenangan di alam sana, keempat kakaku yanuar, septya, meikah dan andy yag selalu mensupport agar tugas akhir ini bias segera selesai.

10. Warga kontrakan anak soleh, Ijad, Apip, Sandi, Ghani, Annas, Udin, Andi sudah menyemangati dan menemani masa-masa pembuatan tugas akhir ini, khususnya untuk andy yang memberikan bantuan untuk menyelesaikan Tugas akhir ini, teman-teman kosan bangun, qulbi, zaim, roby dll.
11. Kerabat-kerabat dan guru-guru TK BTN Roviga. Kerabat-kerabat dan guru-guru SD Negeri Impres 3 Tondo. Kerabat-kerabat dan guru-guru SMP Negeri 4 Palu. Kerabat-kerabat dan guru-guru SMA Negeri Model Terpadu Palu. Kalian semua juga memiliki rasa kekerabatan yang tinggi, sangat menyenangkan.
12. Untuk semua kerabat-kerabat ISI Yogyakarta yang telah memberikan pengalaman baik selamah menempuh kuliah di kampus ISI Yogyakarta



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dony Finaldi

NIM : 1210030124

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni Rupa

Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta, karya Tugas Akhir perancangan yang berjudul **PERANCANGAN ULANG VISUAL *CORPORATE IDENTITY* KAMAJAYA KREASINDO**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 25 Juli 2018

Dony Finaldi
NIM 1210030124

ABSTRAK

Identitas perusahaan yang baik dapat menarik perhatian konsumen dalam pasar yang sarat dengan persaingan ini. Terlebih di era globalisasi yang menyebabkan meluasnya penyampaian informasi di berbagai belahan dunia sehingga diperlukan perancangan *corporate identity* untuk menggambarkan identitas perusahaan agar bisa bertahan dalam persaingan yang semakin keras. *Corporate identity* adalah identitas atau "*brand*" sebuah perusahaan, yang terdiri dari identitas visual (Nama, logo, merek dagang, tipografi, ilustrasi, warna dsb). *Corporate identity* yang memiliki konsep dan tampilan visual yang menarik dapat memberikan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan keuntungan sebuah perusahaan. Salah satu perusahaan yang memerlukan perbaikan atau *re-desain corporate identity* adalah Kamajaya Kreasindo. Eksistensi *corporate identity* yang sudah ada dianggap belum mampu mempresentasikan visi Kamajaya Kreasindo sehingga perancangan ulang *corporate identity* perusahaan sangat diperlukan untuk menyinergikan antara visi dan identitas perusahaan sehingga mampu memberikan nilai dan energi positif bagi perusahaan untuk mencapai cita-cita perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Identity*, Undangan Pernikahan, Media Komunikasi Visual.

ABSTRACT

A good company identity can attract the attention of consumers in the market which full of competition. Especially in the era of globalization that causes widespread delivery of information in extensively parts of the world, so it is necessary to design to describe a identity of the company in order to survive in the increasingly hard competition. Company identity is identity or "brand" of a company, which consists of visual identity (Name, logo, trademark, typography, illustration, etc) Company identity that has an interesting concept and visual appearance can give trust of consumer to the company so it can increase a company's profits. One of company that needs repair or redesign the company identity is Kamajaya Kreasindo. Existence of company identity is considered not able to present Kamajaya Kreasindo's vision so the redesign of company identity is needed to synergize between the vision and identity of company so it can to provide value and positive energy for the company to achieve the ideals of the company.

Keywords : Corporate identity, Wedding Invitations, Visual Communication Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Perancangan.....	4
D. Batasan Lingkup Perancangan.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	5
F. Metode Perancangan.....	5
G. Skema Perancangan.....	7
BAB II. IDENTIFIKSI DAN ANALISIS DATA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Perancangan Ulang (<i>re-desain</i>).....	8
2. <i>Corporate Identity</i>	11
3. Kamajaya Kreasindo	27
4. Element Perancangan Corporate.....	35
5. Analisis SWOT	37

BAB III. KONSEP PERANCANGAN	39
A. Konsep Media	39
1. Tujuan Media	39
2. Strategi Media	40
3. Program Media.....	44
4. Budged Media	45
B. Konsep Kreatif	46
1. Tujuan Kreatif	46
2. Strategi Kreatif	47
3. Program Kreatif.....	48
4. Biaya Kreatif	49
 BAB IV. VISUALISASI	 53
A. Data Visual.....	53
B. Studi Warna.....	59
C. Aplikasi warna pada alternatif logogram	60
D. Rating pada alternatif logogram	60
E. Penentuan Typografi	61
F. Grid System Logo	62
G. Positif Negatif	62
H. Presentasi Skala.....	63
I. Aplikasi Logo Pada Media Pendukung.....	63
 BAB V. PENUTUP.....	 77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
 DAFTAR PUSTAKA.....	 79
 LAMPIRAN.....	 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Re-desain</i> Pertamina.....	9
Gambar 2 <i>Corporate Identity</i>	12
Gambar 3 Business <i>Stationery</i>	15
Gambar 4 Poster.....	16
Gambar 5 Katalog	17
Gambar 6 <i>Signage</i>	17
Gambar 7 Eksterior Gedung Sumber.....	18
Gambar 8 <i>Car Branding FedEx</i>	19
Gambar 9 <i>Interface Web Design</i>	20
Gambar 10 Logo Burger King	23
Gambar 11 Logo Disney	23
Gambar 12 <i>Logo Starbucks</i>	24
Gambar 13 Logo AVG.....	25
Gambar 14 <i>Mascot Smartfren</i>	26
Gambar 15 Logo Osis.	26
Gambar 16 Kantor Kamjaya Kreasindo.....	28
Gambar 17 Logo pertama Kamjaya Kreasindo.....	29
Gambar 18 Logo Kedua Kamjaya Kreasindo	29
Gambar 19 Banner visi kamajaya	30
Gambar 20 kalimat-kalimat motivasi di ruangan kerja kantor Kamajaya	33
Gambar 21 Kantor kamajaya (proses pemesanan hingga <i>packaging</i>)	34
Gambar 22 Revrensi Logo	53
Gambar 23 Sketsa penjaringan ide.....	54
Gambar 24 Ikonisasi Bentuk Logo Alternatif 1	55
Gambar 25 Ikonisasi Bentuk Logo alternatif 2.....	56

Gambar 26 Ikonisasi Bentuk Logo Alternatif 3.....	57
Gambar 27 Ikonisasi Bentuk Logo Alternatif 4.....	58
Gambar 28 Alternatif desain logo Kamajaya Kreasindo	59
Gambar 29 Studi Warna	59
Gambar 30 Aplikasi warna pada alternative Logo.....	60
Gambar 31 Logo terpilih.....	61
Gamabr 32 Alternatif Tipografi	61
Gambar 33 System Logo.....	62
Gambar 34 Positif dan Negatif.....	62
Gambar 35 Presentasi Skala Logo	63
Gambar 36 Sketsa <i>Stationery</i>	63
Gambar 37 Aplikasi Desain logo pada <i>Stationery</i>	64
Gambar 38 Sketsa Seragam Kantor	65
Gambar 39 Aplikasi Desain logo pada Seragam Kantor	67
Gambar 40 Sketsa kartu nama dan <i>id card</i>	68
Gambar 41 Aplikasi Desain logo pada Kartu nama dan Id Card.....	69
Gamabr 42 Sketsa desain stiker Kendaraan Kantor	69
Gambar 43 Aplikasi Desain logo pada Kendaraan Operasional.....	70
Gambar 44 Sketsa <i>Packaging</i>	71
Gambar 45 Aplikasi Desain logo pada Packaging.....	71
Gambar 46 Web Interface	72
Gambar 47 Video <i>Company Profile</i> Kamajaya Kreasindo	74
Gamabr 48 <i>Baner</i> dan <i>X-Banner</i>	76
Tabel 1 Rincian Jadwal Program Media	45
Tabel 2 Program Kreatif.....	48
Tabel 3 Rating alternative logo	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menjalankan bisnis berkembang dan produktif bukan sekedar menjadi beruntung tapi bagaimana membuat pilihan yang akan mempengaruhi orang dan meningkatkan pendapatan. *Corporate identity* merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dan berfungsi sebagai penanaman citra atau image sebagai daya tarik terhadap target market atau konsumen. *Corporate identity* mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan sehingga dari sinilah branding perusahaan tercipta. *Corporate identity* dalam suatu perusahaan, berperan dalam menjawab pertanyaan seperti “siapa kita?” dalam arti dimata klien atau konsumen, disinilah perusahaan menunjukkan kedekatan atau hubungannya kepada konsumen.

Logo adalah lambang atau simbol yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan pesaingnya. Logo bisa diibaratkan dengan wajah. Setiap orang bisa dengan mudah dikenali antara satu dengan yang lain hanya dengan melihat wajah. Begitupun dengan logo. Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol.

Corporate identity adalah segala atribut fisik perusahaan seperti warna, desain, tulisan, dll. *Corporate identity* terdiri dari 3 bagian: pertama *visual design* (logo, seragam, warna), kedua *communication* (*advertising*, *public relations*, dll) dan terakhir *behavior* (nilai-nilai perusahaan, budaya perusahaan, dll). *Corporate Identity* merupakan identitas yang membedakan

antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda.

Branding adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya (membedakan) dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009:332). Pengertian *branding* telah berkembang, dari sekadar merek atau nama dagang dari suatu produk, jasa atau perusahaan, yang berkaitan dengan hal-hal yang kasat mata dari merek; seperti nama dagang, logo atau ciri visual lainnya; kini juga berarti citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi dan anggapan di benak konsumen (Landa, 2006:4). Bagi sebuah perusahaan, *branding* tidak sekadar berfungsi sebagai *corporate identity*, tetapi dapat meningkatkan *brand image* (Citra yang terbentuk dalam benak konsumen mengenai sebuah merek tertentu) yang luar biasa, jika digarap dengan profesional. *Branding* berarti suatu pernyataan mengenai siapa (identitas), apa yang dilakukan (produk/jasa yang ditawarkan), dan mengenai kenapa suatu merek layak dipilih (keistimewaan). *Brand* adalah reputasi, merek yang memiliki reputasi adalah merek yang menjanjikan, sehingga publik mempercayai dan memilih merek tersebut (Neumeier, 2003:54).

Logo, merupakan identitas yang paling utama selain dari slogan. Hanya dengan melihat logo salah satu bisnis, konsumen bisa langsung mengenal organisasi bisnis tersebut dan mengetahui reputasinya. Oleh karena itu wajar bila dalam pembuatan *corporate identity* memerlukan biaya yang cukup mahal namun sebenarnya tidak, karena sebanding dengan output yang dihasilkan. *Corporate Identity* menjadikan *branding* lebih kuat sebab branding menunjukkan karakter suatu identitas dimana logo, iklan dan behavior mempunyai peranan dalam menggambarkan atau melukiskan sebuah

perubahan. Sehingga *corporate identity* menjadi penting dalam menyampaikan nyawa dari perusahaan itu sendiri.

Usaha percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti : Sablon manual/digital, *graphic design*, digital printing, media cetak, dan advertising. Bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi, dan tenaga pendesain. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan. (Benny S, 2012 : 11). Kamajaya Kreasindo adalah salah satu perusahaan percetakan dengan lokasi kantor di Jalan Wachid Hasyim No. 26, Widoro Baru, Condongcatur, Depok, Sleman, Kota Yogyakarta dan sudah memiliki kantor cabang di jalan Mgr. Sugiyopranoto No. 84 Wonosari, Gunung Kidul, Yogyakarta. Perusahaan ini bergerak di bidang percetakan khususnya pembuatan undangan pernikahan. Cikal bakal Kamajaya kreasindo didirikan adalah inisiatif dari pimpinan Kamajaya Kreasindo bernama Tofan Mansyur yang dahulu merupakan karyawan manager di perusahaan percetakan undangan Empat-k yang kemudian membeli lahan dan gedung cabang perusahaan Empat-k dan mengganti nama perusahaan menjadi Kamajaya Kreasindo..

Perkembangan perusahaan ini bisa dikatakan sangat cepat dikarenakan jumlah konsumen yang setiap bulannya bertambah hingga mencapai kurang lebih 300 - 500 konsumen, hal ini menyebabkan diperlukan perubahan *brand image* perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menunjukkan kualitas perusahaan terhadap pesaingnya juga menunjukkan pencapaian perusahaan dengan mengganti identitas perusahaan yaitu dengan merancang kembali logo dan kelengkapannya yaitu *corporate identity* perusahaan yang sebelumnya perusahaan belum memiliki *corporate identity* dengan ide dan visual yang baik

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang ulang *corporate identity* Kamajaya Kreasindo yang sesuai dengan visi perusahaan dan sesuai dengan kebutuhan komunikasi di zaman sekarang sebagai upaya meningkatkan citra perusahaan terhadap target market perusahaan?

C. Tujuan Perancangan

Merancang ulang *corporate identity* yang sesuai dengan visi Kamajaya Kreasindo dan kebutuhan komunikasi di zaman sekarang sebagai upaya meningkatkan citra perusahaan terhadap target market perusahaan.

D. Batasan dan Lingkup Perancangan

- a. Pembuatan *corporate identity* yang meliputi logo, *stationery* (kartu nama, amplop, kop surat dan cover CD.) seragam perusahaan, desain *web interface*, *video company profile* perusahaan dan lainnya.
- b. Merancang buku petunjuk penggunaan logo perusahaan/ lembaga yang komunikatif dan komprehensif, yang di dalamnya mencakup : standarisasi logo (grid system, logo positif dan diapositif, elemen grafis penunjang, proporsi logo)
 - Standarisasi warna
 - Standarisasi huruf
 - Standarisasi tata letak
 - Standarisasi teknik produksi, serta
 - Kebijakan penggunaan logo.

E. Manfaat Perancangan

1. Memberikan desain *corporate identity* yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan sehingga mampu menunjukkan karakter perusahaan Kamajaya Kereasindo
2. Memberikan kontribusi kepada Kamajaya Kereasindo untuk meningkatkan kepercayaan dan konsumen sehingga mempercayakan kebutuhannya pada perusahaan Kamajaya Kereasindo

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Melakukan pengamatan dan penelitian di perusahaan untuk menemukan karakter perusahaan yang sesuai dengan visi misi perusahaan.

b. Wawancara

Interview langsung dengan pimpinan perusahaan dan karyawan perusahaan demi untuk mendapatkan data valid untuk melakukan proses perancangan.

c. Dokumentasi

Mendokumentasikan berbagai aktivitas perusahaan seperti program-program yang telah dijalankan perusahaan, aktivitas perusahaan dan kegiatan diluar produksi.

d. Referensi

Referensi dari buku, majalah, koran, jurnal, internet dan sebagainya yang berisi tentang buku ilustrasi, ibu rumah tangga, dan anak-anak.

2. Metode Analisis Data

Dalam proses re-desain *corporate identity* kantor percetakan undangan Kamajaya Kresindo menggunakan pendekatan 5W+1H, antara lain dengan menggali informasi terkait obyek perancangan yang diidentifikasi dari

aspek (*what, where, when, who dan how*), Untuk menganalisa media dan desain yang tepat dan efektif maka analisis SWOT (*strenght, weakness, oppurtunity dan treath*) dengan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terkait dengan obyek perancangan, maka perancang akan mampu secara tepat dalam menentukan media dan rancangan yang sesuai.

3. Tahap Perancangan

- a. Riset objek rancangan (data visual, verbal dan tekstual)
- b. Analisis dan rancangan (5W+1H dan SWOT)
- c. Eksperimen format rancangan ulang *corporate identity* dalam bentuk sketsa dengan objek kantor percetakan undangan kamajaya kreasindo Yogyakarta
- d. Visualisasi rancangan ulang desain (sketsa, penentuan warna, bentuk, tipografi, ukuran)
- e. Penentuan bahan, media, tehnik cetak dan *finishing*
- f. Perancangan karya desain

G. Skema Perancangan

